

Indicado por
Raul Caneloro

84

PERGUNTAS QUE VENDEM

TÉCNICAS E FERRAMENTAS DO COACHING DE
VENDAS PARA MAXIMIZAR OS SEUS RESULTADOS

JAQUES GRINBERG

Literare Books
INTERNATIONAL
BRASIL · EUROPA · USA · JAPÃO





Indicado por
Raul Candeloro

84

PERGUNTAS QUE VENDEM

TÉCNICAS E FERRAMENTAS DO COACHING DE
VENDAS PARA MAXIMIZAR OS SEUS RESULTADOS

JAQUES GRINBERG

JAQUES GRINBERG COSTA

84 PERGUNTAS QUE VENDEM

O VENDEDOR COACH

COMO TRANSFORMAR PERGUNTAS EM VENDAS

Copyright© 2018 by Literare Books International.
Todos os direitos desta edição são reservados à Literare Books International.

Presidente:
Mauricio Sita

Revisão:
Prof. Fernando dos Santos Costa

Diagramação e eBook:
Nathália Parente

Capa:
Zeca Mádio

Gerente de Projetos:
Gleide Santos

Diretora de Operações:
Alessandra Ksenhuck

Diretora Executiva:
Julyana Rosa

Relacionamento com o cliente:
Claudia Pires

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
G866o	Grinberg, Jaques. 84 perguntas que vendem [recurso eletrônico] : técnicas e ferramentas do coaching de vendas para maximizar os seus resultados / Jaques Grinberg. – São Paulo (SP): Literare Books International, 2018. Formato: ePUB Requisitos de sistema: Adobe Digital Editions Modo de acesso: World Wide Web ISBN 978-85-9455-035-4 1. Sucesso nos negócios. 2. Vendas. I. Título. CDD 658.85
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Literare Books

Rua Antônio Augusto Covello, 472 – Vila Mariana – São Paulo, SP.

CEP 01550-060

Fone/fax: (0**11) 2659-0968

site: www.literarebooks.com.br

e-mail: contato@literarebooks.com.br

Este livro representa mais um sonho realizado. Um sonho transformado em textos que, por sua vez, significam as metas de uma vida profissional digna e gratificante.

Agradeço a transformação desta ideia a um ser humano muito especial. Um sonhador gigantesco. Um professor - na verdade um mestre - que não se cansou e nunca se cansará de transformar nosso País com as ferramentas da educação.

Muitos brasileiros se orgulham de terem caminhado ombro a ombro e aprendido tanto com esse mestre. E eu sou um deles. Conheci a real importância de minha vida e do que realmente precisava para vivê-la plenamente.

E aprendi mais: como é importante ter sempre ao nosso lado pessoas que amamos.

Pai, obrigado por fazer parte da minha vida.

Com o sucesso da palestra

“O Vendedor *Coach*: Como Transformar Perguntas Em Vendas”

decidi escrever este livro com 84 sugestões de perguntas inteligentes, para você transformar-se em um Vendedor *Coach*, conseguindo maximizar os resultados de suas vendas.

Numa primeira leitura, você poderá pensar que são perguntas impossíveis de realizar. É claro, eu compreendo, toda mudança dá medo. Mas, em treinamentos que realizei de vendas, conheci vendedores que também assim pensavam... e foram mudando de postura, logo que começaram a praticar. Perceberam, então, que podiam realizar tal façanha e que realmente funcionavam e muito. Vieram os elogios do gerente e diretores pela grande fidelização dos clientes.

Tente! Tenho certeza de que, se você experimentar, vai surpreender-se com o resultado, pois realmente funcionam.

Saia da imobilidade, da zona de conforto: acredite no seu potencial e obtenha sucesso maximizando os seus resultados em vendas.

Aproveite! Faça uma leitura reflexiva, imaginando as reações dos seus clientes...

Certeza, do seu amigo,

Jaques Grinberg Costa

Sumário

Introdução

Coaching, Coach, Coachee, Perguntas Inteligentes, Vender e Ser
Vendedor Coach

Conheça as 7 leis para maximizar os seus resultados em vendas:

Perguntas abertas e perguntas fechadas

Perguntas Abertas

Perguntas Fechadas

Como usar este livro com sucesso

84 perguntas que vendem

Como construir argumentações poderosas para o fechamento das vendas

O Vendedor Coach não vende, ajuda o cliente a comprar.

Como vender muito mais em 5 dicas

7 dicas de Gestão do Tempo para vender mais

Introdução

Para compreender as 84 Perguntas que Vendem, é importante, antes, aprender e entender o que é

Coaching, Coach, Coachee, Perguntas Inteligentes, Vender e Ser Vendedor Coach

Coaching é um processo de treinamento que direciona e impulsiona o cliente (*Coachee*) a pensar em novos caminhos, buscando as melhores opções criativas e rápidas para alcançar um determinado objetivo. A base do processo de *Coaching* são perguntas instrumentais que criam condições e despertam motivação para gerar mudanças e conseguir alcançar o objetivo proposto.

Coach é o nome dado ao profissional que realiza o *Coaching*. Também é conhecido como motivador, que faz o *Coachee* superar obstáculos e explorar ao máximo o seu potencial criativo e emocional, tornando-se proativo. *Coach* numa tradução do inglês é treinador, quem treina, orienta e prepara.

Coachee é o nome dado ao cliente do *Coach*. Quem passa pelo processo de *Coaching*.

O *Coaching*, portanto, tira, de uma certa forma, o *Coachee* da sua zona de conforto, levando-o para o estado desejado de ação, a proatividade.

A origem da palavra *Coach* é húngara e significa carruagem de quatro rodas. Era o meio utilizado para conduzir as pessoas. Em 1830 na Universidade de Oxford, começa-se a utilizar o termo *Coach*¹ como treinador e no esporte, como técnico. Só em 1950 é usado pela primeira vez no mundo dos negócios com o sentido atual.

O *Coaching* pode ser dividido em diversos tipos, mas os dois mais conhecidos são: o executivo e o vivencial (de vida). O executivo é aplicado para desenvolver competências de liderança e o vivencial (conhecido também como pessoal), para desenvolver competências relacionadas em qualquer área da vida, como relacionamentos, família, saúde, finanças, carreira, etc. Existem outros nomes para situações específicas como desenvolvimento de performance; treinamento de vendas ou de provas de concursos públicos e vestibular; entre muitos outros.

O *Coaching* como técnica e ferramenta para aumentar os resultados em vendas já é aplicado em muitos países, pouco no Brasil. Por ser um processo inovador, apenas as empresas que querem crescer em um mercado cada vez mais competitivo de clientes exigentes e de produtos cada vez com

diferenciais menos nítidos, investem em *Coaching* para aumentar os resultados de vendas e de fidelização de clientes.

Perguntas inteligentes servem para conduzir o *Coachee* (cliente) a pensar e refletir sobre o que já conhece e como ampliar seu conhecimento. Permitem traçar seu perfil, levantar suas necessidades e objetivo. Com as informações é possível conduzir o cliente, por meio de novas perguntas, a encontrar o melhor caminho para cumprir seu objetivo, necessidade e, portanto, comprar. Cria-se uma experiência única, como se fosse feito sob encomenda.

Vender é conduzir alguém (cliente) a adquirir um produto, um serviço, etc. É um processo de relacionamento, de comunicação entre o vendedor e seu cliente, levando este a comprar, a adquirir o que lhe é proposto. Toda venda é uma forma de sedução do cliente, mas, ao final, o cliente deve sentir que a escolha foi sua, comprando o que precisa. Muitos clientes desejam um produto ou serviço por falta de conhecimento de outros, que podem atender melhor as suas necessidades com mais qualidade e eficiência. O Vendedor *Coach* precisa conhecer os seus clientes e suas necessidades, para vender aquilo de que eles necessitam e nem sempre o que desejam, só assim os clientes ficarão satisfeitos e fidelizados.

Vendedor *Coach* é o profissional responsável e capacitado para potencializar os resultados, com foco em vendas. É o interlocutor-motivador que representa a empresa no atendimento aos clientes. Ele conduz esse processo de relacionamento e comunicação por meio de perguntas inteligentes, como você vai ver na leitura deste livro.

Lembre-se sempre de que não bastam as perguntas inteligentes; há a necessidade de ouvir com atenção as respostas do cliente para ter claro o seu perfil e as suas necessidades, podendo assim elaborar novas perguntas e preparar argumentos para possíveis objeções futuras. Esse processo é fundamental para conduzir o cliente a comprar o que deseja, para suprir as suas necessidades.

Importante é entender que ninguém nasce vendedor, mesmo que alguns tenham maior facilidade. Tenha em mente o seguinte: não queira ser apenas mais um a estar a vender, mas ser realmente inovador com grande sucesso, tornando-se um Vendedor *Coach*. Mas, para isso, é preciso praticar e investir em você. A época de apenas tirar pedido acabou; hoje há uma nova possibilidade, o *coaching* de vendas, que amplia seus horizontes, potencializando os resultados.

O comportamento dos clientes já mudou e continuará mudando constantemente. Os clientes estão cada vez menos fieis às marcas e empresas, buscam agilidade na compra, pesquisam mais e possuem uma nova comunicação (linguagem).

O Vendedor *Coach* acompanha estas mudanças e conhece o processo de compra:

- 1º O cliente precisa de uma necessidade e/ou sonho (desejo) para comprar.
- 2º Pesquisa e avalia alternativas para solucionar o seu problema (necessidade e/ou sonho).
- 3º Decide pela compra.
- 4º Pós-compra: período de avaliação e satisfação. Se o cliente ficar satisfeito estará fidelizado com a sua empresa e com você.

Também dentro do comportamento dos clientes, existem os desafios do Vendedor *Coach*:

- 1º Conhecer os seus clientes.
- 2º Entender por que compram com ele para potencializar suas vendas.
- 3º O que precisa fazer para aumentar a fidelização e vender mais para o mesmo cliente.

1 Existe em português a palavra coche que significa carruagem fechada.

Conheça as 7 leis para maximizar os seus resultados em vendas:

1ª Ouça com atenção e foco o que o seu cliente diz.

2ª Faça de você a diferença entre a sua empresa e os concorrentes.

3ª Seja persistente, trabalhe com o que acredita e gosta, não ouça as críticas de amigos e familiares e saiba que as coisas não são fáceis, é preciso trabalhar muito para alcançar o sucesso.

4ª Mantenha foco no problema do cliente e não nos seus problemas. Cumprir a meta do mês é consequência de atender bem o cliente e finalizar a venda.

5ª Ofereça um atendimento *gourmet*, diferenciado e exclusivo. Os clientes comprem primeiro pelo atendimento.

6ª Qualificação é tão importante para os vendedores quanto para os médicos e advogados. Seja o melhor no que você faz, esteja qualificado e preparado.

7ª O tempo é um dos inimigos número um dos vendedores. Aprenda a administrar o seu tempo e venda muito mais.

Perguntas abertas e perguntas fechadas

Você já sabe o que são perguntas inteligentes, agora você irá entender na prática a diferença entre perguntas abertas e perguntas fechadas para potencializar os seus resultados em vendas.

Todas perguntas abertas ou fechadas podem e devem ser perguntas inteligentes. É possível aplicar em uma negociação perguntas fechadas, perguntas abertas ou ambas. Descobrir o perfil do cliente para avaliar qual tipo de perguntas devem ser feitas é o primeiro passo na negociação.

Perguntas Abertas

As respostas são amplas, o cliente precisa refletir para responder. É possível conhecer o perfil e levantar as necessidades de forma mais abrangente. É difícil tabular e avaliar as respostas, por terem conteúdos diversos, respostas conforme o pensamento de cada cliente.

Com perguntas abertas é possível conhecer o cliente, suas necessidades e avaliar o melhor produto e/ou serviço para oferecer. Sempre agregando valor ao invés de oferecer descontos. As perguntas abertas ajudam a desenvolver argumentações importantes para o fechamento da venda.

9 dicas de perguntas abertas

1. Se o Sr. comprasse hoje este produto e/ou serviço, qual seria a sua sensação de estar satisfeito?

Comentário: a resposta pode ser qualquer sentimento que o cliente acredite sentir, permitindo uma resposta ampla, aberta.

2. Eu compreendo que o valor é um pouco alto e sei que este produto e/ou serviço é muito importante para você. De que você pode abrir “mão” por alguns meses para conseguir adquirir hoje algo que é importante para você?

Comentário: quando você pergunta de que pode se abrir mão, a resposta pode ser qualquer coisa. Resposta totalmente ampla, podendo ser, por exemplo, economizar com restaurantes, deixar de viajar nos finais de semana, economias financeiras entre muitas outras possibilidades.

3. Quero poder ajudar a escolher o melhor produto e/ou serviço, mas preciso entender um pouco mais o que precisa. Você pode me explicar, por favor?

Comentário: toda vez que você pedir para o cliente explicar, é pergunta aberta. A explicação é ampla e a resposta é a imaginação do cliente, pode ser o que ele quiser. Cada cliente terá os seus motivos, sendo únicos e exclusivos para cada negociação.

4. Como eu posso ajudar para realizar a sua vontade de comprar este produto e/ou serviço ainda hoje?

Comentário: o cliente pode imaginar o que deseja para comprar ainda hoje e com você este produto e/ou serviço. Neste caso nenhuma resposta será padrão, variando de cliente para cliente, mas trazendo informações importantes para o desenvolvimento de argumentações no fechamento da venda.

5. O que eu posso pedir para o meu gerente autorizar, sem baixar ainda mais o preço, para o Sr. adquirir este produto e/ou serviço?

Comentário: o cliente pode pedir o que ele deseja, exceto baixar o preço. A pergunta é aberta com resposta ampla, mas existe uma exclusão de possibilidade, conduzindo o cliente a pensar em novas alternativas, seja ela qual for.

6. Na sua opinião, quais as vantagens que você espera deste produto e/ou serviço que deseja adquirir?

Comentário: as vantagens podem variar de cliente para cliente. A resposta é ampla, permitindo cada cliente expor as suas vantagens. Excelente pergunta aberta para ajudar o Vendedor Coach a guardar argumentos para vender ainda mais este produto e/ou serviço.

7. Se eu conseguisse um bom desconto para um segundo produto, qual o Sr. escolheria?

Comentário: com esta pergunta o cliente pode escolher qualquer produto da loja, a resposta é bem ampla. Este tipo de pergunta deve ser aplicada quando o Vendedor Coach deseja aumentar o ticket médio de compra por cliente, conduzindo-o a pensar em outro produto para comprar em troca de um benefício, um bom desconto.

8. Levando dois produtos ou mais eu consigo parcelar em até três vezes no cartão de crédito sem juros e você pode aproveitar para comprar o presente de um amigo ou familiar que irá fazer aniversário ainda este mês ou no próximo. Qual produto você deseja ver para aproveitar esta oportunidade?

Comentário: a resposta é ampla, a oportunidade será diferente para cada um dos clientes. Ao perguntar qual produto deseja ver, pode ser qualquer produto. Esta pergunta traz um problema futuro de precisar comprar um presente que o cliente naquele momento não imaginava existir. É uma forma de antecipar um problema para ser solucionado com uma oportunidade.

9. Compreendo que este pode não ser o momento para adquirir este produto e/ou serviço. Imagine se você ganhasse de presente, qual seria a sua satisfação?

Comentário: esta pergunta aberta conduz o cliente a imaginar qual seria a sua satisfação, que é única para cada um. A resposta é ampla, pode ser qualquer sentimento, variando de cliente para cliente.

Perguntas Fechadas

As respostas são curtas, muitas vezes simplesmente sim ou não. Desta forma é possível ir direto ao assunto sem prolongar o diálogo e conhecer um pouco mais sobre o cliente, podendo também despertar interesses pela compra. Fácil de tabular e avaliar, as respostas são diretas.

A finalidade das perguntas fechadas em vendas é levantar as necessidades do cliente e conhecer o seu perfil de forma rápida e direta, para agregar valor nas argumentações contra as objeções.

15 dicas de perguntas fechadas

1. Este produto e/ou serviço é importante para a sua família?

Comentário: a resposta é sim ou não, podendo ser justificada. É uma pergunta direta para saber se realmente o cliente quer e deseja comprar ou não.

2. O que você mais valoriza em uma compra, é o desconto, qualidade ou bom atendimento?

Comentário: são três possibilidades de resposta que estão na própria pergunta, conduzindo o cliente a escolher uma delas. Esta pergunta ajuda o Vendedor Coach a desenvolver argumentações no fechamento com foco no que o cliente mais valorize em uma negociação.

3. Você está em dúvida se compra este ou aquele, se você ganhasse um dos dois de presente, qual você gostaria de ganhar?

Comentário: esta pergunta fechada traz duas opções de escolha, um ou o outro produto. Conduz o cliente a escolher qual produto deseja comprar para evitar que vá embora pensar e sem comprar. Este tipo de pergunta é direta, não trazendo muitas opções para o cliente ter que pensar.

4. Este presente é para uma pessoa especial, então, vale a pena investir um pouco mais e presentear com algo também especial?

Comentário: a resposta é sim ou não, ao afirmar que a pessoa é especial, conduz o cliente a responder que sim agregando valor percebido no produto.

5. Eu entendo que você precisa economizar, mas vale a pena pagar um

pouco mais e ter um serviço e/ou produto com mais qualidade?

Comentário: o cliente tem duas opções, sim ou não. Vale a pena investir um pouco mais e ter mais qualidade ou economizar. Para cliente indeciso é preciso ajudá-lo a decidir o que deseja, mesmo que naquele momento seja preciso ajudá-lo a comprar um produto mais barato.

6. A nossa empresa preza qualidade no atendimento e produtos, os nossos preços são um pouco mais caros, e eu sei que o Sr. também pensa desta forma, não é verdade?

Comentário: esta pergunta, de uma certa forma, é uma afirmação, conduzindo o cliente a responder sim. A pergunta faz com que, se o cliente responder não, estará de alguma forma se autodesvalorizando.

7. Fico feliz que tenha gostado deste produto, é um dos melhores que temos na loja, parabéns pela aquisição. O pagamento será com cartão de crédito?

Comentário: esta pergunta fechada ajuda o cliente a ter certeza que está fazendo uma boa compra e para fechar o negócio, sugere a opção de pagamento com cartão de crédito. A resposta é sim ou não, se não, o cliente irá sugerir outra forma de pagamento.

8. Esta semana é fechamento de vendas e falta pouco para cumprir a minha meta, se fecharmos o negócio hoje consigo um desconto especial. Eu te ajudo e você me ajuda, podemos fechar o negócio?

Comentário: esta pergunta funciona de uma forma surpreendente, é uma troca de favores. O Vendedor Coach ajuda o cliente e o cliente compra satisfeito sabendo que ajudou o vendedor a cumprir a sua meta. A pergunta é fechada, tendo como resposta sim, vamos fechar o negócio ou não, não iremos fechar o negócio.

9. Realmente dizem que está difícil ganhar dinheiro. Se você gostou e consegue com pequeno esforço comprar, vai perder a oportunidade?

Comentário: apesar da dificuldade de ganhar dinheiro, o cliente gostou e consegue comprar com pequeno esforço. Vale a pena perder a oportunidade, sim ou não.

10. Está em dúvida, eu entendo! Você conhece uma pessoa que já tenha este produto e que esteja muito satisfeita?

Comentário: esta pergunta fechada conduz o cliente a pensar em outros clientes que compraram o mesmo produto que ele deseja e estão satisfeitos com a aquisição. A resposta é sim, conheço ou não, não conheço. Se a

resposta for sim, o cliente percebeu as vantagens em comprar, mas se a resposta for não, o Vendedor Coach precisa aplicar novas perguntas para despertar no cliente o interesse pela compra, para solucionar o seu problema ou sonho.

11. Se hoje fosse um dia de loucura, você compraria este produto e/ ou serviço que gostou?

Comentário: quando você diz um “dia de loucura”, ajuda o cliente a pensar que em alguns momentos é preciso fazer loucuras para realizar sonhos e desejos. A resposta é sim ou não, mas a própria pergunta já conduz o cliente a responder que sim.

12. Você acredita que poderá arrepender-se de não comprar este produto e/ou serviço com todas as vantagens que você conhece?

Comentário: esta pergunta fechada traz a sensação de perda se não comprar, conduzindo o cliente a responder sim, que ele poderá arrepender-se. Ao responder sim, desperta no cliente o desejo em comprar.

13. Imagine você recebendo este produto na sua casa em dois dias, será uma satisfação ou alegria?

Comentário: a resposta é fechada, satisfação ou alegria. Ambas as respostas são positivas, conduzindo o cliente a comprar.

14. Você comentou que adquirir este produto e/ou serviço o fará mais feliz. É importante para você, vale a pena um esforço para ficar mais feliz?

Comentário: a pergunta conduz o cliente a responder que sim, que vale o esforço para ficar mais feliz. Afinal, ninguém quer ficar triste. As possíveis respostas são, sim ou não, e dificilmente um cliente irá responder não.

15. Você trabalha e se esforça muito todos os dias. Comprar este produto e/ou serviço para você é uma recompensa de todo este esforço?

Comentário: a pergunta afirma que o cliente trabalha muito e merece uma recompensa. A resposta pode ser sim ou não, mas com esta pergunta o Vendedor Coach conduz o cliente a responder que sim, que é uma recompensa e que ele merece.

Como usar este livro com sucesso

Este livro não é apenas uma coleção de frases para você ler. É um livro inicial de aprendizagem de como transformar-se num Vendedor *Coach*. Mas, para conseguir tal façanha, é necessário seguir com atenção todas as instruções, praticando-as diariamente. Torne este seu livro, a sua bíblia de vendas. Faça as anotações necessárias e aí você vai realmente perceber sua utilidade: não apenas lendo, mas refletindo e praticando diariamente as ações de um Vendedor *Coach*. Não responda, pergunte.

Perguntas Inteligentes Servem Para:

- conhecer o perfil do cliente;
- levantar as necessidades dele;
- conhecer claramente seus objetivos;
- buscar informações escondidas em seu cérebro;
- trazer à tona o que ele conhece, mas pode estar bloqueado no momento;
- despertar confiança para atingir o objetivo desejado;
- gerar sentimento de ação, de atitude e muito mais...

Para conseguir tudo isso, são necessárias perguntas simples, claras, com entendimento imediato e fácil pelo cliente. Assim ele pode entender suas necessidades e ser mais facilmente conduzido a comprar.

Em que ordem ler as perguntas deste livro?

Não há uma ordem a ser seguida, você vai lendo e escolhendo a sequência. Só há uma obrigação:

- refletir sobre cada pergunta;
- perceber o que ela significa para você;
- o que pode significar para o seu cliente;
- em que situações pode aplicá-la;
- como deve criar pequenas alterações de acordo com o cliente e os produtos e/ou serviços que você vende.

Algumas perguntas que vendem podem parecer semelhantes, mas na prática são diferentes. São pequenos detalhes que potencializam os seus

resultados em vendas, cada pergunta tem a sua particularidade e momento para ser aplicada. O momento certo pode variar de Vendedor *Coach* para Vendedor *Coach*, você deve praticar e se necessário adaptar as perguntas que vendem para o seu estilo.

Por que preciso responder cada uma das 84 perguntas deste livro?

Porque é um livro interativo e proativo. São quatro perguntas para cada uma das 84 perguntas, que se respondidas irão maximizar os seus resultados. Mas é importante separar papel e lápis, pois as respostas são inteligentes que mudam de acordo com o mercado. Apague quando necessário e reescreva. Afinal este livro é para ler uma ou mais perguntas todos os dias para praticar. Só se você participar dele é que conseguirá o maior sucesso.

Como responder as perguntas usando como exemplo uma loja de roupas masculinas

Pergunta que vende: está indeciso em escolher o produto?

Pense no seguinte: se você fosse ganhar de presente um destes produtos, qual você escolheria?

1. Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

Está indeciso em escolher entre a camisa listrada ou a lisa, se você fosse ganhar de presente uma delas, qual seria sua preferência?

2. Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta que vende?

Acho que a lisa, mas a listrada é bem diferente e muito bonita também.

3. Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta acima?

Argumento 1: A lisa com certeza é muito bonita, mas o que eu posso fazer sem conceder ainda mais descontos para ajudá-lo a comprar as duas camisas?

Argumento 2: Para não se arrepender depois, acredito que você irá comprar a camisa lisa. Posso fechar o pedido da lisa e guardar a listrada até amanhã, caso você decida voltar e comprá-la também?

84 perguntas que vendem

Aproveite Estas Perguntas Inteligentes Para Maximizar Os Seus Resultados Em Vendas

1ª O que eu posso fazer para você comprar sem reduzir ainda mais o preço?

Comentário: Com esta pergunta o cliente terá que pensar no que ele precisa para comprar, avaliando todos os benefícios sem pedir desconto. É uma pergunta aberta com restrição (exceto baixar o preço) onde a responsabilidade pela compra se torna do cliente, despertando ação em comprar para não perder a oportunidade.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

2ª Percebo que você está indeciso sobre qual comprar, mas, se fosse ganhar de presente um destes produtos e/ou serviços, qual você escolheria?

Comentário: Para clientes que muitas vezes estão na dúvida e vão embora sem comprar, esta pergunta fechada onde só existem duas opções: o produto e/ou serviço A ou o B. Importante observar que o Vendedor Coach tenta vender primeiro os dois produtos agregando valor, esta pergunta deve ser aplicada quando o cliente estiver quase desistindo de comprar, agora, para pensar em qual dos dois adquirir. Ajuda o cliente a perder o foco de comprar e ter a chance de ganhar de presente, ajuda na decisão da escolha, voltando depois para a ação em comprar o que escolheu, eliminando a dúvida.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

3ª Eu sinto que você realmente quer adquirir este produto e/ou serviço completo. O que posso fazer para ajudá-lo além de, por exemplo, aumentar o número de parcelas?

Comentário: O desejo do cliente está acima das suas condições financeiras, ele precisa pensar em uma alternativa para comprar o que realmente quer. Esta pergunta aberta ajuda o cliente refletir em possibilidades que só ele sabe quais são, para ajudá-lo podemos dar uma sugestão como, no exemplo, aumentar o número de parcelas. Na pergunta é importante afirmar e fixar que ele estará adquirindo o produto e/ou serviço

completo, gerando um valor percebido alto.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

4ª Este presente é para um recém-nascido, que não sabe quem está dando, mas os pais sim. Você acredita que irá impressioná-los, satisfazê-los com este presente ou prefere avaliar outras opções mais impactantes?

Comentário: Quando o cliente estiver comprando um presente, é importante ajudá-lo a imaginar a sensação de quem irá recebê-lo. Se a pessoa não gostar do presente, o vendedor e a loja podem perder um cliente por insatisfação. O Vendedor Coach precisa ajudar o cliente a perceber a importância de dar um presente que fará a diferença, de alto impacto, mesmo que custe um pouco mais. Esta pergunta é fechada onde a resposta é sim ou não, mas ao afirmar que outras opções serão mais impactantes, direcionamos o cliente para a ação em avaliar estas possibilidades e dizer sim.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

5ª Em relação ao que se refere à importância que tem para você este produto e/ou serviço, qual nota de zero a dez você daria?

Comentário: Quando o cliente avalia o produto e/ou serviço com uma nota, ao responder com nota acima de oito, a compra está praticamente decidida. Se a nota for inferior, o Vendedor Coach deve ajudar o cliente a escolher outras opções para comprar o que realmente precisa. Avaliando a compra com uma nota, gera para o cliente uma satisfação pós-compra duradoura, fidelizando o cliente pela satisfação e bom atendimento.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

6ª Eu entendo que você acha que o valor está acima das suas condições neste

momento; Mas o que você poderia fazer de diferente para aproveitar o desconto e comprar agora?

Comentário: Esta pergunta aberta desperta no cliente a ação para comprar, agora e com você. Começar a pergunta dizendo o que ele “acha” que está acima das condições financeiras é o segredo para despertar no cliente a ação em comprar. Muitos vendedores afirmam a situação. A ação em comprar despertada no cliente irá ajudá-lo a pensar em alternativas como, por exemplo, pagar com cartão de crédito, aumentar o número de parcelas, abrir mão de outros desejos e até da pizza no domingo por um período curto, mas para realizar o seu sonho em comprar o que ele deseja.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

7ª Imagine sair, agora, da loja com uma sacola e dentro dela o produto que tanto adorou, qual seria a sua sensação?

Comentário: Os clientes são surpreendidos quando a sensação é positiva e acima do esperado. Esta pergunta aberta ajuda o cliente a imaginar a

sensação que irá sentir ao sair da loja com uma sacola e dentro dela o produto que tanto adorou. A palavra “imagine” é poderosa e ajuda a despertar no cliente a ação para comprar e realizar o seu desejo.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

8ª No momento não temos a sua cor, mas temos azul e prata... Vale a pena esperar chegar a outra cor ou levar, agora, uma das cores mais desejadas do momento?

Comentário: Excelente pergunta fechada que direciona o cliente para aproveitar a oportunidade do momento e sair da loja com uma sacola e dentro dela o produto que deseja, com uma das duas cores mais desejadas por outros clientes. Explicar o valor agregado das cores que existem no estoque é o segredo para maximizar as vendas com esta pergunta, afirmando que as cores são as mais desejadas. Esta afirmação precisa ser honesta e por este motivo a loja tem em estoque, é o que os clientes desejam e procuram.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

9ª A decisão da compra deste serviço e/ou produto depende só de você ou de mais alguém?

Comentário: Levantar o perfil do cliente e descobrir se ele é o único responsável para tomar a decisão final da compra é importante para o desenvolvimento de argumentações futuras. Esta pergunta fechada onde a resposta é o próprio cliente ou terceiros, irá ajudá-lo a conduzir a negociação com eficácia, focando em resolver o problema do cliente e também da pessoa que decide.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

10ª Este serviço e/ou produto é fantástico para família com filhos pequenos, como você disse... Eu entendo que vocês ainda não

têm filho, mas imagine quando ele nascer, ou quando os sobrinhos vierem a sua casa. Não vale a pena estar preparado?

Comentário: Fazer o cliente imaginar situações reais que ainda não existem, mas quando acontecer o produto e/ou serviço irá beneficiá-lo. Antecipação da necessidade que ainda não existe ajudando o cliente a economizar com futuras compras que não serão mais necessárias. Esta pergunta fechada deve ser aplicada no momento certo durante uma negociação, conduzindo a resposta para “sim” e para o fechamento da venda.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

11ª Eu entendo que o nosso serviço e/ou produto é mais caro do que o dos concorrentes... Pense, você quer preço ou uma solução imediata, que funciona para resolver o seu problema?

Comentário: O cliente tem um problema que precisa ser resolvido e esta

pergunta fechada conduz o cliente a lembrar de que precisa de uma solução imediata e que funciona. O Vendedor Coach precisa conhecer as necessidades do cliente por meio de perguntas que vendem para saber o nível de prioridade para resolver o problema, e que se for alto, o valor percebido será muito maior do que o preço.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

12ª Eu entendo o que você quer. Mas, o seu pai está em dúvida se deve comprar ou não. O que você e mais ninguém pode fazer para o seu pai realizar o seu sonho?

Comentário: Quando a decisão final da compra não é do cliente, ajudá-lo a descobrir o que ele, e somente ele, pode fazer para convencer quem decide a compra é uma ferramenta que maximiza os resultados em vendas, satisfazendo e fidelizando o cliente por ter conquistado o seu sonho. Durante a negociação, neste exemplo com o pai, a pergunta deve ser feita em um momento que o pai não esteja participando da conversa.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

13ª O conforto e a segurança da sua família têm preço? Vale a pena procurar o mais barato ou o nosso que o seu amigo indicou?

Comentário: A indicação potencializa as vendas e durante o levantamento do perfil do cliente é importante descobrir como conheceu a sua empresa ou você. Se for por indicação, valorize e ajude o cliente a perceber que o que ele deseja foi indicação, algum conhecido dele recomenda. Esta pergunta fechada conduz o cliente a responder que ele prefere o seu produto e/ou serviço que foi indicado pelo amigo.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

14ª Você realmente acredita que existe qualidade com preço baixo?

Comentário: Esta pergunta fechada onde a resposta pode ser “sim, eu acredito” ou “não, não acredito”, parece ser uma pergunta básica, todos já conhecem. Sim, mas poucos vendedores usam e quando aplicam no momento certo da negociação ajuda o cliente a perceber e valorizar a qualidade ao invés de querer só preço. É a famosa e conhecida comparação de um Gol com um Audi. Quem deseja ter um Audi tem que investir o valor de um Audi, é impossível ter todos os benefícios que o Audi traz com o valor de um Gol.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

15ª O nosso valor é justo! Não somos o mais barato, mas a nossa empresa tem nove anos de mercado, com clientes 100% satisfeitos. Agora pense e quantifique, de zero a dez, vale a pena continuar procurando preço mais baixo e perder as condições que estamos oferecendo para ter uma solução eficiente e imediata para o seu problema?

Comentário: Para clientes com dúvidas sobre o preço e a credibilidade da empresa é preciso afirmar sobre as vantagens e sempre que possível com números e dados reais. Esta pergunta fechada conduz o cliente a perceber que continuar procurando preço baixo poderá fazer com que perca a oportunidade de resolver imediatamente o problema dele, comprando de uma empresa com nove anos de mercado e com clientes 100% satisfeitos.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

16ª Eu entendo que você e sua família procuram qualidade e preço baixo. A nossa empresa oferece altíssima qualidade e preço justo... Garantimos a entrega em dois dias se fecharmos a compra agora. O quanto vale para você a qualidade garantida e uma entrega tão rápida?

Comentário: Os clientes gostam de pedir desconto e se esquecem de avaliar os benefícios que você pode oferecer. Com esta pergunta, o cliente será conduzido a avaliar os benefícios colocando-os em primeiro plano, como sendo mais importantes do que o preço. No exemplo, a entrega em dois dias e a qualidade garantida valem mais do que um desconto. Os clientes

pedem desconto para ter a sensação que estão ganhando vantagens, ofereça benefícios que os clientes não esperam e os surpreenda.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

17ª No mês passado eu vendi para um cliente que tinha a sua dúvida. Ontem, a irmã dele me procurou para comprar o mesmo produto e comentou: “Só vim aqui porque o meu irmão ficou muito satisfeito!” Observe que ela também queria tal satisfação! Se você tivesse que responder compro ou perco esta oportunidade, o que responderia?

Comentário: Esta pergunta fechada, quando aplicada no momento certo, minimiza as dúvidas do cliente conduzindo-o a refletir, que dois clientes já compraram e estão satisfeitos. Nesta pergunta temos dois fatos importantes, a satisfação de dois clientes onde o segundo foi indicado pelo primeiro e a sensação de perda, quando no final pergunta ao cliente se ele gostaria de comprar ou perder esta oportunidade. Utilize apenas exemplos verdadeiros.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

18ª A vida passa muito rápido, trabalha-se muito para ganhar o salário. Vale a pena investir em você ou deixar a vida passar sem aproveitar?

Comentário: Esta pergunta traz dois pontos fortes: perda de momentos da vida que passa muito rápido, trabalha-se muito e se aproveita pouco. A pergunta conduz o cliente a pensar sobre a sua vida, todos os esforços diários versus o aproveitamento que temos, deixar a vida passar sem aproveitar ninguém quer. O cliente ao pensar sobre a resposta é levado à ação de comprar para não perder mais tempo sem aproveitar as oportunidades. Esta pergunta pode ser aplicada para quase todos os produtos e serviços, que serão de uso exclusivo do cliente.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?

- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

19ª Imagine a alegria, sorriso no rosto, do seu pai quando receber este presente. É um investimento ou uma oportunidade de deixar o seu pai orgulhoso e feliz?

Comentário: Começar com a palavra “imagine” ajuda o cliente a ver a imagem que deseja, neste caso de alegria e sorriso no rosto do seu pai quando ganhar o produto. A pergunta já afirma que o pai irá ficar feliz no momento em que receber, trazendo uma sensação de felicidade também para o filho que está comprando. No final, quando pergunta se é um investimento ou uma oportunidade, qualquer uma das respostas conduz o cliente a fechar o negócio e comprar. Evite usar opções negativas como, por exemplo: É um investimento ou prejuízo? Citar a possibilidade de prejuízo pode conduzir o cliente a pensar nos pontos negativos e ir embora sem comprar.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

20ª Você está comprando este produto que

tem apenas um ano de garantia pelo fabricante. É um produto muito bom e, com certeza, não trará problema. Mas, por um pouco mais, ofereço dois anos adicionais de garantia pela loja, apenas para o seu conforto e tranquilidade. Os clientes têm contratado tal serviço e ficado satisfeitos... Você também o quer para maior tranquilidade?

Comentário: Agregar valor percebido oferecendo maior segurança e tranquilidade ajuda o cliente a avaliar e decidir que o pequeno investimento adicional vale a pena. A pergunta é fechada, a resposta será “sim” ou “não”. Esta pergunta deve ser aplicada após a confirmação da compra pelo cliente e serve para garantia estendida ou qualquer bem ou serviço que irá agregar valor na compra já realizada. Geralmente o preço é baixo, proporcional ao já adquirido, facilitando a decisão. Mas lembre-se, valorize o que já está negociado para o cliente sair com a sensação de satisfação.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

21ª Minha mãe me dizia que na vida sempre temos duas opções: ganhar ou perder. Com todas as vantagens que lhe ofereci, você quer ir embora e perder ou prefere comprar, ganhando muito com tal oportunidade?

Comentário: Esta pergunta fechada onde o cliente tem que decidir se aproveita a oportunidade ou se vai embora e perde, conduz o cliente a perceber o que irá perder se não comprar. Todas as decisões são 50% de chances de acertar e 50% de chances de errar, a decisão é só do cliente. O Vendedor Coach sabe o momento certo de dar uma pausa para o cliente pensar rápido, antes de continuar a frase, no exemplo a pausa é aplicada após a frase "...você quer ir embora e perder...". A palavra perder é muito forte e negativa, ninguém deseja perder nada, pensar nisso é importante. Logo após vem a solução de comprar e ganhar muito com tal oportunidade.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

22ª Com tudo o que falamos e mostramos, que vantagem você tem em comprar agora e

comigo?

Comentário: Apenas falar, sem mostrar, diminui as chances de fechar o negócio. Os clientes gostam de ver, sentir e imaginar o que irão comprar em suas mãos. Se for serviço, mostre fotos e imagens do que eles irão comprar, com clientes satisfeitos. Use exemplos e casos de clientes satisfeitos para conduzir os clientes a imaginarem o resultado satisfatório em comprar agora e com você.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

23ª Agradeço a sua visita em nossa loja, mas antes de ir embora gostaria de entender, onde falhei para você sair sem comprar o produto e/ou serviço que tanto gostou?

Comentário: O cliente gostou do produto e/ou serviço e está saindo sem comprar, existe uma grande chance de alguma falha no atendimento. Esta pergunta aberta, onde o cliente pode responder o que achar, traz medo para muitos vendedores. Mas, ao mesmo tempo, se o cliente gostou e deseja comprar, conduz a imaginar se o motivo pelo qual está indo embora realmente é tão importante para perder a oportunidade de comprar agora e

com você, sem perder mais tempo procurando. Se a resposta for uma crítica ao atendimento, aproveite para corrigir e vender – e aprender com as críticas negativas, transformando-as em críticas construtivas.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

24ª O que eu posso fazer para ajudá-lo a comprar o que deseja para solucionar o seu problema sem dar tal desconto?

Comentário: Pergunta direta para despertar no cliente o interesse em descobrir alternativas para solucionar o seu problema sem baixar o preço. Conduz o cliente a avaliar os benefícios e não apenas o preço. Esta pergunta pode ser utilizada em uma conversa descontraída com o cliente tendo como resultado um número maior de vendas sem descontos.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

25ª Eu sei que este outro produto é mais caro! Mas quanto vale a satisfação, status e tudo mais que ele oferece?

Comentário: Os clientes querem satisfação, sucesso, status e autorrealização, que inclusive está no topo da Pirâmide de Maslow (nível hierárquico das necessidades das pessoas). O cliente pensa na satisfação e imagina a autorrealização ao comprar. É uma pergunta aberta que ajuda o cliente a refletir muito além do produto que está comprando, valorizando os benefícios e não o preço mais caro.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

26ª Do que você precisa para realizar o sonho de comprar este serviço e/ou produto?

Comentário: Pergunta direta e aberta para ajudar a eliminar as dúvidas do cliente, descobrir alternativas para realizar o seu sonho e despertar ação para comprar o que tanto deseja. Para agregar valor na pergunta, aplicar após citar um case de satisfação de outro cliente que comprou o mesmo

produto e/ou serviço. Esta pergunta conduz o cliente a refletir em possibilidades que só ele pode solucionar, ajudando-o a comprar ao invés de você vender.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

27ª Tenho um cliente que sempre que pode vem e compra este produto. Ele adora e diz que é uma “joia”. Vale a pena você também ter uma “joia” como esta e realizar um sonho antigo?

Comentário: Esta pergunta fechada traz duas ferramentas importantes, exemplo de cliente satisfeito que retorna e compra mais e valoriza o produto ao compará-lo com uma “joia”. O fechamento da pergunta afirmando que este produto é um sonho antigo conduz o cliente ao fechamento do negócio, comprar o que ele deseja e sonha.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

28ª Eu entendo que o valor é alto para um produto e/ou serviço realizado em quatro horas. O valor, contudo, não é pelo tempo de produção. É pela qualidade e tempo que irá durar. Quanto vale um produto que dura entre três e quatro anos?

Comentário: Esta pergunta ajuda o cliente a perceber o valor agregado do produto e/ou serviço que é feito em poucas horas, mas de grande importância e necessidade para quem compra. A pergunta é aberta e conduz o cliente a pensar sobre a necessidade, quanto vale ter a solução do seu problema por três ou quatro anos resolvido sem preocupação. Alguns exemplos são: dedetização que dura uns 30 minutos para os profissionais aplicarem o veneno, mas com um resultado duradouro. Impermeabilização de um sofá novo, algo que o comprador não visualiza a diferença, mas com alto valor agregado. E, ainda, a película de um celular que custa entre R\$ 10,00 e R\$ 50,00, aparentemente é um plástico simples e demora menos de dois minutos para ser aplicado.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a

resposta inteligente acima?

29ª Temos em estoque os dois produtos, o mais simples e o completo que custa apenas 10% a mais e rende quase 40% mais. Percebo que você busca economia e um produto completo, posso separar este que rende quase 40% mais?

Comentário: Existem muitos produtos que podem ser substituídos por outro mais barato e com qualidade inferior. Esta pergunta fechada ajuda o cliente a avaliar se compensa a economia financeira ou investir um pouco a mais e ter um produto completo e que rende muito mais. A pergunta conduz o cliente a comprar o produto completo e sair satisfeito, ciente de todas as vantagens.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

30ª Se estivesse em meu lugar como vendedor, o que você diria para me

convencer a comprar?

Comentário: Esta pergunta aberta é conhecida por muitos como “espelho”. Dá ao cliente o poder para resolver o seu próprio problema, tendo que achar uma solução. Inverter as posições conduz o cliente a eliminar todas as desculpas, gerando a sensação de “estou sem saída, para fugir sem comprar”. É muito eficiente, mas deve ser aplicada durante um papo descontraído e com alguns tipos de clientes, avalie toda a negociação e o levantamento de perfil e necessidades antes de aplicá-la.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

31ª Se você tivesse que escolher dois presentes da nossa loja para presentear uma pessoa querida, que produtos escolheria?

Comentário: O Vendedor Coach busca ajudar o cliente a comprar o que necessita e sonha e, muitas vezes, o que ainda não imaginou comprar. A pergunta conduz o cliente a pensar nos amigos, familiares e colegas, se em breve terá que presentear alguém. Ajudar o cliente a pensar em possíveis presentes para pessoas queridas é potencializar os resultados em vendas, é despertar no cliente uma necessidade que até o momento não existia.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

32ª Os clientes de nossa empresa consideram que temos o melhor atendimento do segmento... Você acredita que o bom atendimento é um grande diferencial?

Comentário: Tirar o foco do cliente do produto e/ou serviço que está sendo negociado é uma ferramenta poderosa para despertar a atenção do cliente, quando estiver perdendo o foco na negociação. O atendimento, atualmente, é o diferencial das empresas de sucesso. Esta pergunta faz o cliente refletir sobre a importância de um atendimento de qualidade e, ao mesmo tempo, já afirma que o atendimento é o melhor do segmento, conduzindo o cliente para pensar que é melhor comprar com você ao invés de perder tempo procurando nos concorrentes.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?

- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

33ª Existe algum produto que você deseja e ainda não encontrou?

Comentário: Esta pergunta você já ouviu, mas muitos não aplicam durante o fechamento da venda. Muitas vezes, a empresa tem o produto e o cliente apenas não encontrou, maximizando os resultados em vendas e aumentando o ticket médio por cliente. Caso não tenha o produto no estoque ou no portfólio da empresa, é uma ferramenta poderosa para conhecer as necessidades dos clientes.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

34ª Imagine, quais são outros dois produtos e/ou serviços que temos e você gostaria de poder comprar agora?

Comentário: Começar a pergunta com a palavra “imagine” potencializa o resultado e ajuda o cliente a visualizar e sentir desejo em comprar o que ainda não imagina comprar, até aquele momento. Esta pergunta aberta

conduz o cliente a imaginar dois produtos que deseja, aumentando as vendas e o ticket médio por cliente.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

35ª Preciso conhecê-lo e entender as suas necessidades para ajudá-lo a escolher o melhor serviço e/ou produto que posso oferecer. O Sr. é casado, solteiro e mora com família ou solteiro e mora sozinho?

Comentário: Conhecer o cliente potencializa o fechamento das vendas. Um cliente casado tem um perfil diferente de um cliente solteiro que mora com a família e também diferente de outro que é solteiro e mora sozinho. Alguns produtos podem atender às necessidades de um e não atender para outro. É uma pergunta que deve ser aplicada durante um bate-papo com o cliente e não de forma direta.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

36ª Para família com crianças temos alguns produtos e/ou serviços diferenciados que podem atender as suas necessidades. A Sra. tem filhos ou crianças na família?

Comentário: Esta pergunta tem a mesma finalidade da anterior, conhecer o cliente e levantar as suas necessidades. Clientes com crianças em casa ou na família geralmente não economizam quando o foco são elas. Para agradar as crianças, o valor percebido dos produtos e/ou serviços valem mais do que o preço. Aumente as suas vendas vendendo valor percebido ao invés de preço.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

37ª Já entendi a sua necessidade. Para ajudá-lo preciso saber, o seu interesse é investir à vista ou a prazo?

Comentário: Após o cliente descobrir o que deseja comprar, o próximo passo é ajudá-lo a descobrir como será a forma de pagamento. É um assunto delicado e deixar para o fechamento no caixa pode despertar no cliente o interesse em desistir e ir embora sem comprar. O Vendedor Coach acompanha o cliente em todo o processo da compra, conduzindo-o a comprar o que precisa, pagar como deseja e sair satisfeito.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

38ª É a sua primeira compra em nossa loja, por isso está com dúvidas. O que eu posso fazer para melhor esclarecê-las?

Comentário: Muitos vendedores querem explicar mais do que precisam, cansado de ouvir o que não quer ouvir, o cliente pode ir embora sem comprar. Esta pergunta aberta é eficaz e direta, conduz o cliente a pensar e responder também de forma direta o que precisa para esclarecer as suas dúvidas e comprar. O cliente terá segurança e confiança ao ter as suas dúvidas esclarecidas.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

39ª Na semana passada, atendi um cliente que tinha as mesmas necessidades. Ele foi muito simpático e comprou este serviço e/ou produto que por acaso você deseja e está indeciso. Como eu posso ajudá-lo a decidir agora, para não arrepender-se depois?

Comentário: Esta pergunta aberta é de alto impacto e traz três ferramentas poderosas: case de um cliente satisfeito e que tinha a mesma necessidade; elogio ao cliente satisfeito demonstrando seriedade e atenção aos clientes; e a sensação de arrependimento se não comprar agora e com você. Conduz o cliente a tomar uma decisão rápida e aproveitar a oportunidade para não arrepender-se depois.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

40ª Gostaria de deixá-lo à vontade para tomar a melhor decisão... Mas, enquanto isso, você poderia me emprestar o seu documento para ir preparando a proposta e verificar se consigo um brinde exclusivo?

Comentário: No processo de venda de muitos produtos e/ou serviços, ter as informações do documento do cliente em mãos agiliza o processo. A reticência é para dar uma pausa, conduzindo o cliente a pensar sobre o que já foi dito. Enquanto o cliente pensa e avalia, ter o documento para retornar com a proposta ou contrato preenchido e pronto, potencializa o fechamento das vendas. Imagine se ainda conseguir um brinde exclusivo... Esta pergunta pode ser aplicada quando o cliente estiver sentado e quase desistindo da compra, com vontade de ir embora para pensar. Lembre-se, enquanto você estiver com o documento do cliente em mãos, ele não irá embora.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

41ª Você gostou tanto deste produto e/ ou serviço, mas tem dúvidas! O que você poderia me perguntar para acabar com as

dúvidas?

Comentário: Convencer um cliente se ele deve comprar ou não é uma tarefa difícil, mas ajudar o cliente a pensar e descobrir as respostas para as suas dúvidas é uma ferramenta poderosa para potencializar as vendas e fidelizar os clientes. Esta pergunta aberta afirma que o cliente gostou do bem ou serviço, só precisa descobrir quais são as suas dúvidas e ao desenvolver a pergunta, automaticamente o cliente encontra a resposta e decide pela compra.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

42ª Percebo que você está indeciso sobre qual dos dois sapatos adquirir. Se existisse uma oportunidade de adquirir os dois pares agora, qual seria?

Comentário: É muito comum o cliente escolher dois ou três produtos similares e ficar em dúvida sobre qual comprar. O Vendedor Coach com esta pergunta aberta conduz o cliente a encontrar uma oportunidade para comprar, neste caso, os dois pares de sapatos. Maximiza o resultado em vendas e aumenta o ticket médio por cliente.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

43ª Imagine solucionar o seu problema com este produto e/ou serviço... Você realmente ainda acha caro ter o seu problema resolvido com a solução apresentada?

Comentário: Quando o cliente tem um problema, a solução não tem preço. Despertar no cliente esta dúvida é uma ferramenta poderosa para ajudá-lo a comprar o que precisa. O preço caro é caro quando o cliente não tem um problema e barato quando precisa resolver um problema. Esta pergunta conduz o cliente a perceber que realmente tem um problema e precisa solucioná-lo. A reticência é para dar uma pausa na fala para o cliente refletir.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a

resposta inteligente acima?

44ª Este carro seminovo está em excelentes condições e com todos os opcionais que deseja. Eu sei que está um pouco acima do valor pretendido, mas imagine a sua satisfação ao adquiri-lo. Posso fazer a simulação do financiamento?

Comentário: Os clientes sonham alto, mas buscam preço. Nesta pergunta, o exemplo é um veículo. Imagine, comprar um carro pelo preço e não pelo desejo, a satisfação pela compra terá um prazo curto e o cliente poderá sentir-se de alguma forma enganado, insatisfeito com o veículo e culpar o vendedor e a empresa. Esta pergunta conduz o cliente a pensar em alternativas para conseguir comprar o que deseja, mesmo que um pouco mais caro. O valor percebido é alto, mas é importante conhecer o perfil e as necessidades do cliente antes de fazer esta pergunta.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

45ª Imagine os seus amigos quando disser

que comprou este produto e/ou serviço que poucos possuem por ser tão diferenciado. Quanto vale o status de tê-lo antes dos seus amigos, comprando-o agora?

Comentário: Esta pergunta aberta conduz o cliente a pensar no valor agregado que o produto e/ou serviço irá trazer ao comprar antes dos seus amigos. A palavra “imagine” é poderosa e faz o cliente sentir no momento da compra a sensação que deseja, despertando o interesse em comprar. O Vendedor Coach que vende valor agregado maximiza os seus resultados e o ticket médio por cliente.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

46ª Eu entendo que a situação financeira está difícil para algumas pessoas, mas perder uma oportunidade como esta que está dentro das suas condições é adiar uma decisão ou deixar de aproveitar as condições que consegui para fecharmos o negócio

agora?

Comentário: Fatores externos podem prejudicar uma venda, principalmente uma crise. Esta pergunta fechada conduz o cliente a pensar que não pode deixar fatores externos prejudicarem as suas decisões e realizações. Faz também o cliente sentir a perda de uma oportunidade única, ninguém gosta de perder. O fechamento da pergunta ainda afirma para o cliente que deixar de comprar é apenas adiar a decisão (que ele irá comprar no futuro) ou deixar de aproveitar as condições válidas apenas para hoje. Desperta no cliente o interesse pela compra agora e com você.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

47ª O que a nossa empresa pode fazer de diferente, sem baixar ainda mais o preço, para realizar o seu sonho ainda hoje?

Comentário: Esta pergunta aberta parece simples e muito parecida com outras, mas conduz a responsabilidade da decisão para o cliente colocando a empresa a sua disposição, sem baixar ainda mais o preço. Existe uma ferramenta poderosa nesta pergunta que está no final “... ainda hoje?”. Ajuda o cliente a imaginar o seu sonho realizado imediatamente, sem prolongar. Pode ser aplicada no final da negociação quando perceber que o cliente está quase desistindo e dependendo da resposta será preciso pedir

ajuda para o gerente ou diretor.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

48ª Entendo que este produto e/ou serviço tem um preço alto, é diferenciado e para pessoas que gostam de coisas boas. Imagine se o preço fosse barato, você daria tanto valor para adquiri-lo?

Comentário: Na Pirâmide de Maslow a autorrealização está no topo, no nível hierárquico das necessidades. Ter um produto e/ou serviço diferenciado que traz status é sentir-se autorrealizado. Se o preço for barato, este desejo não irá existir e com esta pergunta o cliente é conduzido a pensar sobre o assunto e perceber que o interesse em adquiri-lo é por ser caro e diferenciado.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?

- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

49ª Há quanto tempo você está pensando em comprar este produto e/ou serviço e que agora está em suas mãos?

Comentário: Nesta pergunta fechada, a resposta é simples, dias, semanas, meses ou anos (tempo). Despertar a sensação de perda se não comprar agora, conduz o cliente a decidir em comprar. Permitir que os clientes visualizem e sintam o que desejam, potencializa o resultado em vendas.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

50ª Você percebe que há grande chance de ir embora sem aproveitar tal oportunidade e, logo em seguida, arrepender-se?

Comentário: Esta pergunta conduz o cliente a imaginar e sentir a sensação de arrependimento que é muito desagradável. O cliente percebe que está perdendo uma oportunidade, despertando o sentimento de ação, de

agir, e comprar agora. É uma pergunta inteligente e pode ser aplicada logo após o cliente informar que irá embora sem comprar, seja qual for a objeção (desculpa). Avalie antes o perfil do cliente, é uma pergunta de impacto.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

51ª Percebi que você é uma pessoa de decisão. Alguma vez você já perdeu uma oportunidade como esta?

Comentário: Esta pergunta fechada é uma boa ideia, quero dizer, como autor é uma das minhas favoritas. Aplicar no momento certo, após conhecer o perfil do cliente, se torna uma ferramenta poderosa para maximizar os seus resultados em vendas. São dois pontos que merecem destaque: afirmar que o cliente é uma pessoa de decisão, que aproveita as oportunidades sem precisar pensar muito; Depois o fechamento onde conduz o cliente a pensar em algo negativo, em alguma perda, despertando a sensação de aproveitar e não perder mais, nunca mais.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

52ª Você deve conhecer alguém que se arrependeu por não ter comprado um produto como este, você deseja aproveitar esta oportunidade ou arrepender-se também?

Comentário: Esta pergunta também é fechada e parecida com a anterior, mas deve ser aplicada em momentos diferentes. Por exemplo, quando o cliente comentar que tem amigos que já pensaram em comprar o que ele deseja e não compraram. Serve para conduzir o cliente a comprar agora e com você, para não perder a oportunidade e não arrepender-se depois. Além do status de ser o primeiro entre os amigos a ter o que todos desejam.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

53ª Eu entendo que este produto está acima do valor pretendido, mas no

momento, para atender as suas necessidades, que outro produto pode atendê-lo tão bem?

Comentário: O sonho e a necessidade de muitos está acima das condições financeiras possíveis, mas existem outros produtos e/ou serviços com valores mais acessíveis que podem solucionar o problema também. Esta pergunta ajudará o cliente a refletir alternativas para solucionar o problema com um valor que esteja dentro de suas condições financeiras. O Vendedor Coach ajuda o cliente a solucionar o problema, fidelizando-o.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

54ª Este serviço e/ ou produto pode ser considerado um ótimo investimento, você acredita que podemos perder um investimento como este sem avaliar os resultados a médio prazo?

Comentário: Esta pergunta é fantástica para produtos e/ou serviços com alto valor agregado, como por exemplo, um imóvel, viagens para o exterior,

ar condicionado para casa ou veículo novo como acessório, joias, entre muitos outros. O cliente pensa, geralmente, no resultado a curto prazo. Esta pergunta ajuda o cliente a avaliar o resultado a médio prazo, facilitando a sua decisão em comprar agora e com você.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

55ª Você acredita que os brasileiros, em geral, sabem aproveitar oportunidades como esta?

Comentário: Para clientes indecisos, é preciso sair um pouco do foco do preço e vantagens do produto e/ou serviço. Ao perguntar se os brasileiros sabem aproveitar oportunidades como esta, mesmo sendo uma pergunta ampla, conduz o cliente a pensar se todos aproveitam e querem, por qual motivo ele será o único a perder. Esta pergunta pode ser utilizada, por exemplo, no fechamento da negociação quando o cliente está propício a desistir e ir embora sem comprar. Pode ser aplicada com qualquer produto ou serviço.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

56ª Muitos acreditam em crise e outros sabem aproveitá-la... Você percebe que, muitas vezes, é na crise que se podem realizar nossos sonhos e desejos?

Comentário: Durante uma crise ou instabilidade financeira, os clientes imaginam que a solução é economizar e podem perder oportunidades. Na primeira parte da pergunta conduz o cliente a entender a situação atual do país, mostrando que pode até existir uma crise, mas muitos sabem aproveitá-la. A reticência (...), serve para dar uma pausa na pergunta, para o cliente refletir. A segunda parte gera ação e desejo em comprar já que é possível realizar sonhos e desejos, inclusive na crise.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

57ª Temos muitos produtos diferenciados,

pense em uma pessoa querida que você faria feliz se desse um presente, sem motivo. Com qual produto você deixaria tal pessoa ainda mais feliz?

Comentário: O cliente já comprou o que deseja e precisa, antes de finalizar a venda, descobrir novos produtos para presentear uma pessoa querida, o que agrega valor no atendimento e aumenta o ticket médio das vendas. Ao citar que a loja tem muitos produtos diferenciados, eleva a qualidade e a sensação de produtos únicos, que só você tem. Mencionar uma pessoa querida faz o cliente imaginar a pessoa recebendo um presente sem motivo, sem ser uma data comemorativa. Simplesmente por gostar da pessoa. Ao finalizar a pergunta com qual produto você poderia deixar tal pessoa ainda mais feliz, conduz o cliente a querer comprar.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

58ª Se o Sr. estivesse em dúvida entre esses produtos e necessitasse tomar uma decisão rápida, qual deles escolheria agora?

Comentário: Esta pergunta simples e direta, mas poderosa, conduz o

cliente a tomar uma decisão rápida, de escolher o que comprar agora e com você ao invés de ir embora pensar. Quando o cliente tem duas ou mais opções, a dúvida de qual comprar pode despertar o interesse em ir embora para pensar. O Vendedor Coach precisa ajudá-lo a resolver o problema e não adiar em comprar a solução.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

59ª Os dois produtos dos quais você gostou são maravilhosos! Como posso ajudá-lo a levar ambos agora e não apenas um?

Comentário: Esta pergunta aberta afirma que ambos os produtos são maravilhosos e que o cliente gostou dos dois. Colocar-se à disposição para ajudar o cliente a comprar os dois e não apenas um é fidelizar o cliente e aumentar o ticket médio de compra por cliente. Quando o cliente escolhe um ou o outro, a dúvida se fez a escolha certa pode existir no pós-compra, gerando uma sensação de incerteza de uma boa compra.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

60ª Parabéns pela sua escolha, este produto é realmente ótimo. Se você tivesse que escolher mais um, qual outro produto escolheria?

Comentário: O cliente já escolheu e tomou a decisão de qual produto comprar, você como Vendedor Coach parabeniza-o pela escolha e oferece a oportunidade de escolher mais um. Naquele momento o cliente não tinha nenhuma outra necessidade e com esta pergunta poderosa ele será conduzido a pensar com grandes chances de comprar mais. O segredo desta pergunta é parabenizar o cliente pela compra que já fez, afirmando ter sido uma ótima escolha.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

61ª Deixar de comprar agora este produto e/ou serviço que a sua esposa pediu, e

perder a oportunidade ou ter que voltar depois para comprar?

Comentário: Esta pergunta traz o sentimento de perda de tempo, se comprar agora ganha tempo e se não comprar terá que voltar depois. A esposa pode ser o marido, filho, pai, vó ou qualquer outra pessoa que fez a encomenda. A dúvida acontece muitas vezes quando o que foi encomendado está acima do preço imaginado, mas se quem pediu precisa, o valor agregado é muito mais alto do que o preço. Venda benefícios para aumentar os seus resultados.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

62ª Eu compreendo que o valor está um pouco acima do que deseja! Sei também que tal produto e/ou serviço é muito importante para você! Do que pode abrir “mão”, por alguns meses, para conseguir adquirir agora algo que é tão importante para você?

Comentário: Para produtos e/ou serviços com preço alto, como por

exemplo veículo, viagens, imóvel, joias, etc, ajudar o cliente a perceber que o que ele deseja é muito importante, mesmo se estiver um pouco acima do valor que ele deseja. Vender benefício – valor agregado – irá conduzir o cliente a entender o que pode abrir “mão” por alguns meses para conseguir comprar o que deseja e precisa. Por exemplo, deixar de comer em restaurantes toda semana pode ajudar e muito a realizar um sonho.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

63ª Quero poder ajudar a escolher o melhor produto e/ou serviço! Que uso ou significado o produto e/ou serviço vai ter para você? Quem vai usar, só você, ou toda a família?

Comentário: Esta pergunta é poderosa e ajuda a entender as necessidades do cliente e quem irá usufruir dos benefícios. É uma pergunta para agregar valor e adicionar novos produtos e/ou serviços ao carrinho de compra do cliente. Por exemplo, se o cliente estiver comprando uma televisão nova e comentar que o uso é para toda a família, oferecer um home theater é agregar valor e ajudar o cliente a fazer uma boa aquisição.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

64ª Muitos clientes que compram este produto e/ou serviço pedem este outro também e saem satisfeitos. Gostaria de conhecer como funciona?

Comentário: Esta pergunta fechada conduz o cliente a perceber a necessidade de levar um segundo produto e/ou serviço, mas a decisão de compra é dele. O Vendedor Coach afirma que muitos clientes, que compram o que ele está comprando, pedem o outro também. E o importante é que quando compram os dois juntos, saem satisfeitos. Em resumo, esta pergunta desperta no cliente o interesse em conhecer o segundo produto e/ou serviço, com grandes chances de aumentar o ticket médio de venda por cliente.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

65ª O que eu posso pedir para o meu gerente autorizar, sem baixar ainda mais o preço, para o Sr. adquirir este produto e/ou serviço agora?

Comentário: Esta pergunta poderosa é altamente eficaz, transferindo para o cliente a responsabilidade pela compra colocando à disposição dele a empresa e o apoio inclusive do gerente. O segredo desta pergunta é excluir a opção de baixar ainda mais o preço, conduzindo o cliente a refletir em outras opções para comprar o que precisa e deseja. As respostas surpreendem os Vendedores Coach, sendo muitas vezes um pedido simples que não precisa nem da autorização do gerente.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

66ª Para que eu conheça um pouco mais sobre o que precisa e procura, na sua opinião, quais as principais vantagens deste produto e/ou serviço que o Sr. deseja

adquirir?

Comentário: Esta pergunta ajuda a conhecer o cliente, levantar necessidades, para ajudá-lo a comprar o produto e/ou serviço ideal. É uma pergunta aberta que faz o cliente pensar e dizer o que ele espera como resultado pela compra. Em alguns casos, oferecer um outro produto e/ou serviço que irá atender melhor o cliente ajuda a fidelizá-lo, mesmo que este seja mais barato. Mas ao fidelizá-lo, irá retornar e indicar a sua empresa e você para seus amigos e familiares. O Vendedor Coach não perde vendas e pensa a longo prazo, em vendas futuras.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

67ª Se eu conseguisse um bom desconto para comprar agora um segundo produto, qual você escolheria?

Comentário: Pergunta poderosa que ajuda o cliente a imaginar um segundo produto que ele ainda não imagina precisar comprar. É uma pergunta que você deve estar pensando que já aplicou, mas o “pulo do gato” aqui é o “Se eu conseguisse...”. O Vendedor Coach neste momento desperta o interesse pela compra de um segundo produto, agora e com você, oferecendo a possibilidade de um desconto, e não um desconto garantido. Muitos vendedores perguntam e já oferecem o desconto, como por exemplo:

Se escolher um segundo produto daremos 20% de desconto. O cliente sabe que se voltar na próxima semana terá o mesmo desconto.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

68ª Com certeza você conhece mais uma pessoa que faz aniversário ainda este mês ou no próximo. Levando dois ou mais produtos, consigo melhorar as condições. Qual o tipo de presente que este outro aniversariante gostaria de ganhar?

Comentário: Quando o cliente está comprando um presente de aniversário esta pergunta torna-se poderosa, potencializando as suas vendas, aumentando o seu ticket médio por cliente. Se a negociação estiver descontraída, um bate papo agradável com o cliente, sugira que veja nas redes sociais os próximos aniversários. Esta pergunta tem dois gatilhos de vendas, que você consegue melhorar as condições e ajudar o cliente a pensar qual o tipo de presente que este outro amigo gostaria de ganhar.

Pratique para maximizar os seus resultados e

vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

69ª Compreendo a sua dúvida, mas este produto é muito procurado e por oferecermos o melhor preço, ficamos dias sem tê-lo em nosso estoque. Adquiri-lo agora para não arrepender-se depois é uma oportunidade ou uma solução?

Comentário: O cliente está com dúvida e o Vendedor Coach percebe que poderá perder a venda. A explicação foi perfeita, mas precisa de um fechamento poderoso. Com esta pergunta você afirma, no começo, que o cliente está com dúvida para despertar a atenção dele, falar o que ele deseja ouvir. O “pulo do gato” está na escassez, que é um produto muito procurado e por este motivo os clientes podem não encontrá-lo e ainda de brinde, diz que o seu preço é o melhor. No fechamento da pergunta dê duas opções positivas, oportunidade ou solução. Qualquer uma das opções conduz o cliente para comprar agora e com você.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

70ª Você comentou que este produto e/ou serviço é o desejo da sua mãe. É difícil de encontrá-lo e neste momento nós temos em estoque. Ficamos quase dois meses sem recebê-lo do fabricante. Adquiri-lo agora irá deixar a sua mãe ainda mais feliz ou super motivada e agradecida?

Comentário: Quando o cliente comenta durante a negociação que existe uma pessoa querendo aquele produto e por este motivo chamou a atenção dele, aplicar esta pergunta maximiza os seus resultados de fechamento das vendas. Importante lembrar que é muito comum esta situação. Esta pergunta conduz o cliente a perceber que se perder a oportunidade de adquirir o produto agora e com você poderá ficar dois meses sem encontrá-lo. Sentimento de perda. O fechamento traz duas opções positivas para o cliente escolher, deixar a pessoa ainda mais feliz ou super motivada. Qualquer uma das opções faz o cliente querer comprar.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a

resposta inteligente acima?

71ª O que você mais valoriza em uma compra: o desconto, a qualidade ou o bom atendimento?

Comentário: Conhecer as expectativas do cliente, o que ele espera do nosso atendimento e da empresa é um diferencial para o fechamento da venda. Esta pergunta irá ajudar o Vendedor Coach a desenvolver argumentações poderosas com foco no que o cliente espera e deseja. É uma pergunta direta e aparentemente simples, para ser aplicada no início da negociação em um momento descontraído. Muitos clientes podem responder que valorizam tudo e o Vendedor Coach pode fazer uma nova pergunta, qual dos três o cliente prefere.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

72ª Lembro que você comentou que faz alguns meses que pensa em comprar este produto e/ou serviço, mas sempre fica em dúvida. Se o tivesse comprado no mês

passado já estaria usufruindo de todos os seus benefícios. Para aproveitar e deixar de perder tempo, comprar agora é uma realização pessoal ou uma oportunidade?

Comentário: Para clientes que querem comprar, mas estão sempre em dúvida esta pergunta é poderosa e potencializa o resultado em vendas dos Vendedores Coach. Para conseguir a atenção do cliente, esta pergunta começa afirmando que o cliente está há alguns meses pensando se compra ou não, o famoso “namoro” com o produto e/ou serviço. O “pulo do gato” é ajudar o cliente a perceber que se tivesse comprado no mês passado já estaria satisfeito e usufruindo de todos os benefícios. O fechamento traz duas opções, se comprar agora é uma realização pessoal ou uma oportunidade. Ambas são positivas e irão conduzir o cliente a comprar agora e com você.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

73ª Este presente é para uma pessoa especial, não é? Vale, então, investir um pouco mais e presentear com algo muito especial?

Comentário: Todos os presentes são para pessoas especiais, pelo menos a maioria. Quando o presente é para alguém especial, investir um pouco mais e presentear com algo muito especial é uma oportunidade para o nosso cliente ou status de presentear com algo mais valioso? Esta pergunta sobre a pergunta fez você entender as vantagens dela, qual o momento certo de aplicá-la e aproveitar para vender muito mais. Lembre-se que é para o cliente investir um pouco mais e levar algo muito especial, pouco dinheiro e um presente incrível.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

74ª Eu entendo que você precisa economizar, mas investir um pouco mais e ter um serviço e/ou produto com melhor qualidade também é economizar e usar prevenido?

Comentário: Todos conhecem o ditado popular “o barato sai caro”. Com esta pergunta, o Vendedor Coach irá dizer o mesmo de uma forma profissional. O fechamento da pergunta faz o cliente refletir se investir um pouco mais e comprar agora e com você, é economizar por levar algo melhor ou ser prevenido para não arrepende-se depois de levar o mais

barato.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

75ª A nossa empresa valoriza muito a qualidade no atendimento e dos produtos. Os nossos preços são um pouco mais altos, você preza mais a qualidade no atendimento e dos produtos ou um parcelamento maior?

Comentário: Quando o cliente comenta que no concorrente o preço está mais barato, o Vendedor Coach afirma que sim, o preço que ele está oferecendo é um pouco mais alto, mas compensa com um ótimo atendimento e qualidade do produto. Para não perder o negócio, o fechamento da pergunta ajuda o cliente a avaliar as vantagens e o que ele precisa para comprar agora e com você, se é valorizar a qualidade no atendimento e dos produtos ou se precisa um parcelamento maior.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

76ª Fico feliz que tenha gostado deste produto: é um dos melhores que temos na loja! Parabéns pela aquisição. O pagamento será com cartão de crédito à vista ou em duas vezes?

Comentário: Esta pergunta é poderosa e deve ser aplicada quando o cliente diz que gostou e segura o produto na mão, por exemplo. O Vendedor Coach com esta pergunta ajuda o cliente a confirmar a aquisição, recebe um elogio pela compra e finaliza confirmando como irá pagar, se à vista ou em duas vezes. Algumas lojas dependendo do produto e/ou serviço podem parcelar em até cinco ou mais vezes, mas sempre ofereça uma ou duas para o cliente se precisar pedir mais.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

77ª Esta semana é fechamento de vendas e

falta pouco para cumprir a minha meta, se realizarmos o negócio agora, consigo um desconto especial. Eu o ajudo e você me ajuda também. Como podemos fechar o negócio?

Comentário: O Vendedor Coach não vende, ajuda o cliente a comprar. Com esta pergunta poderosa, conduz o cliente a comprar e ajuda você a cumprir a meta. Os clientes sabem que existem metas de vendas e que, ao comprar, de alguma forma ajudam o vendedor. Ofereça um benefício, como no exemplo um desconto, se o cliente comprar agora e com você para ajudá-lo a cumprir a meta. É uma troca onde todos saem ganhando, financeiramente e pessoalmente por ter ajudado outra pessoa.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

78ª Realmente está difícil ganhar dinheiro hoje em dia, mas precisamos confiar em nós mesmos. Se você gostou e consegue de alguma forma adquiri-lo, será uma

oportunidade ou realização pessoal?

Comentário: Muitos clientes reclamam da crise e das dificuldades para ganhar dinheiro. Mas se estão na loja, querem comprar e precisam de ajuda. Esta pergunta irá conduzir o cliente a adquirir o que deseja mesmo achando que existem obstáculos para a realização pessoal ou para aproveitar a oportunidade. O cliente entrou na loja, pensou no produto e/ou serviço, perguntou e investiu o seu tempo para tudo isso, sair sem comprar é uma grande perda.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

79ª Você comentou que já esteve em outras lojas e não encontrou este produto que deseja e precisa. Para aproveitar irá levar um ou dois?

Comentário: Para clientes indecisos que comentam estar difícil encontrar o que desejam, encontram e querem pensar se compram ou não. Esta pergunta poderosa ajuda o cliente a entender que é um produto difícil de encontrar, e agora que achou tem que aproveitar a oportunidade. A opção é adquirir uma unidade ou duas, conduzindo o cliente a comprar. Com esta pergunta, ir embora sem comprar não existe.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

80ª Se hoje fosse um dia de loucura, você compraria este produto e/ou serviço de que tanto gostou?

Comentário: Em dias normais existem muitos produtos e/ou serviços que queremos, mas não podemos comprar. Mas, se fosse um dia atípico, de loucura, seja ela qual for, muitos comprariam. Conduzir o cliente a refletir por qual motivo compraria se fosse um dia atípico e hoje não, ajuda na decisão em comprar agora e com você. Afinal, o cliente quer e muitas vezes precisa, mas tem que sair do racional para adquirir.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

81ª Você acredita que poderá se arrepender, se deixar de comprar agora este produto e/ou serviço com todas as vantagens percebidas?

Comentário: A sensação de perda ajuda o cliente a decidir em adquirir o que deseja e precisa para não arrepender-se depois. Com esta pergunta, o Vendedor Coach conduz o cliente a adquirir e sair satisfeito, ciente de todas as vantagens percebidas.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

82ª Imagine você recebendo este produto em sua casa, neste sábado. É uma alegria ou oportunidade?

Comentário: Para produtos que são entregues, quando possível garantir a entrega em um prazo curto, ajuda a potencializar as vendas. Esta pergunta conduz o cliente a imaginar recebendo o produto que tanto gostou em poucos dias. As reticências (...) servem para o Vendedor Coach dar uma pausa na

fala para o cliente refletir e imaginar o que já foi dito. O fechamento são duas opções, ambas positivas. Independente da opção que o cliente escolher, será conduzido a comprar agora e com você para receber o que deseja e precisa no sábado.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

83ª Você comentou que, se adquirir este produto e/ou serviço, será mais feliz. Investir na nossa felicidade é satisfação pessoal ou uma compensação pelos esforços diários?

Comentário: O cliente comenta durante a negociação com o Vendedor Coach ou com a pessoa que está acompanhando-o que se adquirir o produto e/ou serviço será mais feliz. É um gancho para o desenvolvimento de uma argumentação poderosa para maximizar os seus resultados em vendas. É por este motivo que manter foco e atenção no que o cliente diz é muito importante para quem deseja ter sucesso com vendas. O fechamento traz duas opções positivas, satisfação pessoal ou uma compensação pelos esforços diários. Qualquer uma das opções que o cliente escolher, conduzirá a comprar e sair satisfeito, fidelizado.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?
- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

84ª Durante a vida aparecem obstáculos que impedem de realizarmos nossos sonhos. Para não perder mais uma oportunidade em sua vida, o pagamento será à vista ou parcelado?

Comentário: Para o fechamento, a última pergunta tem que ser super poderosa. Traz três gatilhos de vendas que ao aplicar no momento certo as vendas irão aumentar. O primeiro gatilho é afirmar que existem obstáculos na vida. As pessoas aceitam com mais facilidade as situações negativas, o obstáculo na vida é uma. O segundo gatilho é a sensação de perda, de perder mais uma oportunidade, de deixar de realizar mais um sonho se não comprar. O terceiro gatilho é o que faz o fechamento, pagamento à vista ou parcelado. Conduz o cliente direto para a opção de como pagar, ajudando-o a comprar o que deseja.

Pratique para maximizar os seus resultados e vender muito mais.

- Como você faria essa pergunta inteligente para o seu cliente?

- Qual a resposta padrão esperada para essa pergunta inteligente?
- Qual seria, se for preciso desenvolver, um argumento para a resposta inteligente acima?

Como construir argumentações poderosas para o fechamento das vendas

Todas as perguntas inteligentes geram respostas que devem ser avaliadas e refletidas pelo Vendedor *Coach*. Guarde as respostas do seu cliente porque durante a negociação podem surgir objeções. Elas são fantasticamente úteis para contornar as objeções, que muitas vezes não passam de meras desculpas.

Observe que, geralmente, quando o cliente faz uma objeção, está mostrando interesse pela compra. Provavelmente ele deseja negociar um desconto maior e você precisa estar preparado com argumentações poderosas para vender valor, vantagens, benefícios e não descontos.

Exemplo:

Pergunta inteligente:

Está em dúvida? Eu entendo... Você conhece uma pessoa que já tenha este produto e que esteja muito satisfeita?

Resposta inteligente:

Sim, tenho dois amigos. Um deles que recomendou para eu comprar, mas o valor é alto...

Argumentação poderosa:

Com todas as vantagens que eu consegui para você, quais são as chances de se arrepender por não ter comprado?

Podemos considerar as objeções como um dos principais desafios dos vendedores. As objeções são obstáculos, contestações, oposições ou réplicas. Em resumo, objeção é aquilo que se opõe, que se posiciona do lado contrário.

Quando o cliente contesta, cria um obstáculo para não comprar e o Vendedor *Coach* traz argumentações para despertar no cliente foco no que ele deseja e precisa comprar, transformando as objeções em desculpas.

O Vendedor *Coach* não vende, ajuda o cliente a comprar.

Durante a negociação, o Vendedor *Coach* faz perguntas que vendem e recebe respostas inteligentes. Todas as respostas do cliente devem e precisam ser guardadas, por este motivo é importante ouvir com atenção tudo o que o cliente diz. Com as respostas inteligentes, com todas as informações que o cliente passou, desenvolvemos as argumentações para potencializar o fechamento das vendas.

Importante observar que, geralmente, quando o cliente faz uma objeção está demonstrando interesse em comprar. As objeções servem para o cliente conseguir desconto no preço, ter certeza que irá fazer um ótimo negócio, ganhar tempo para pensar e para conseguir ir embora e pesquisar os concorrentes.

Exemplos:

Pergunta 26^a

Do que você precisa para realizar o sonho de comprar este serviço e/ou produto?

Resposta inteligente:

Acho que nada, está muito caro, acho que irei deixar para outro dia...

Exemplo de argumentação:

Eu entendo, mas você comentou que com este produto e/ou serviço iria realizar um sonho. O que eu posso fazer de diferente, sem baixar ainda mais o preço, para realizar o seu sonho agora?

Pergunta 57^a

Temos muitos produtos diferenciados, pense em uma pessoa querida que

você faria feliz se desse um presente, sem motivo. Com qual produto você poderia deixar tal pessoa ainda mais feliz?

Resposta inteligente:

No momento não tenho ninguém para presentear, é só isso mesmo.

Exemplo de argumentação:

Eu entendo, também pensava assim. Mas na semana passada eu comprei um presente para o meu irmão, sem motivo, até hoje ele me agradece. É com pequenos gestos que podemos fazer pessoas queridas mais felizes. Enquanto você aguarda aqui na fila do caixa, posso trazer sem compromisso um ou dois presentes para você ver?

Como vender muito mais em 5 dicas

1ª Ouça mais e fale menos.

A escuta ativa é um dos grandes diferenciais dos vendedores de sucesso, mas um hábito difícil de aprender. Tudo é prática, é preciso estar preparado para saber o momento certo para perguntar e para ouvir. Fazer perguntas que despertam o interesse do cliente para que seja possível conduzir com excelência a negociação é o diferencial para potencializar os seus negócios, trazendo resultados acima das metas.

2ª Foco na solução dos problemas do cliente.

Os clientes querem soluções e não um produto ou serviço. O Vendedor *Coach* desperta no cliente o desejo para comprar o que irá solucionar os seus problemas. Quando o vendedor percebe e tem a solução para o cliente, o valor financeiro se torna um obstáculo pequeno para a negociação, tornando a venda muito mais fácil. Quando o cliente compra uma solução, a fidelização é consequência.

3ª Foco no valor percebido e não do preço.

O Vendedor *Coach* não está preocupado com o valor do produto e/ou serviço, a sua preocupação é vender o que o cliente precisa. Muitas vezes o cliente pede o que não precisa e sem conhecê-lo o vendedor vende – este cliente ficará insatisfeito e não voltará a comprar com aquele vendedor. Faça perguntas inteligentes, conheça os clientes e descubra o que eles precisam para conduzi-los a comprar o que eles querem e precisam.

4ª Gourmetize o atendimento.

Em um mundo globalizado onde a qualidade dos produtos é um diferencial cada vez menos nítido, surge o atendimento *gourmet*. O atendimento *gourmet* é um atendimento diferenciado, de alta qualidade, onde o cliente terá uma experiência acima da média e será surpreendido com vontade de querer voltar

com os amigos e familiares.

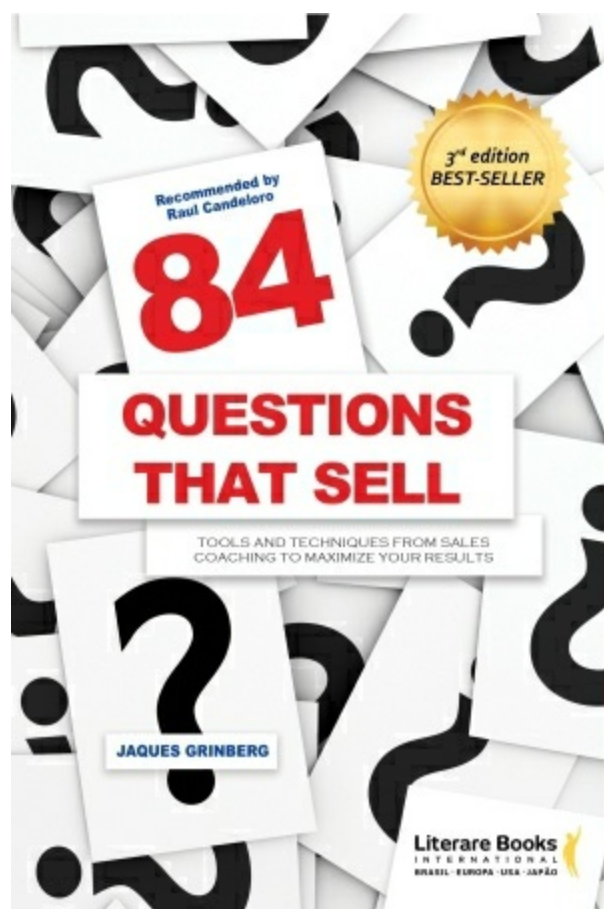
5ª Seja um Vendedor *Coach*.

Ser Vendedor *Coach* é enfrentar dificuldades constantes, mas ser persistente, estudar muito e saber conduzir uma negociação. As dificuldades são diversas, podemos citar os clientes exigentes, concorrência, “guerra” de preços e produtos com diferenciais menos nítidos. Fazer perguntas que vendem e ajudam a desenvolver argumentações maximiza os resultados em vendas.

E, ainda, o Vendedor *Coach* mantém ativa a comunicação com os seus clientes, com excelência também no pós-vendas.

7 dicas de Gestão do Tempo para vender mais

1. *Ao chegar na empresa, planeje o seu dia.*
2. *Deixe o celular pessoal no silencioso, avisos de mensagens e outros não serão vilões do seu tempo. No momento de descanso você verifica se existem mensagens e ligações.*
3. *O que acontece nas redes sociais durante o seu horário de trabalho pode esperar. Nada irá acontecer ou mudar até o seu horário de almoço ou de saída.*
4. *Jogos no computador ou celular, não é o ambiente. Até nos momentos que você não tenha o que fazer, jogar no horário de trabalho não é profissional.*
5. *Na maioria dos casos, os e-mails não são urgentes. Planejar horários para ler novos e-mails e respondê-los é importante para gerenciar o seu tempo. Por exemplo, três vezes ao dia: antes de começar a atender e vender, na volta do almoço e antes de ir embora. Dê prioridade aos e-mails importantes, com prazos e urgentes.*
6. *Assuntos pessoais devem ser resolvidos fora do horário de trabalho. Pensar em compromissos ou eventos externos pode prejudicar o seu rendimento, afetando os seus resultados.*
7. *Tempo ocioso, foco em resultados. Como você pode aproveitar este tempo para vender mais e aumentar os seus resultados?*



84 questions that sell

Grinberg, Jaques

9788594552136

100 páginas

[Compre agora e leia](#)

A success in Brazil, now also available in English for sellers, entrepreneurs and managers. In this book you'll find powerful questions that will help you sell far more and serve your customers in an exceptional way. In 84 Questions that Sell you will learn to: Improve sales communication skills, improve your results with coaching, connect and empathize with the buyer, identify in advance the desires of those who buy, direct and negotiate sales based on customer responses, assertively close deals, measure results and set goals, create an environment conducive to business closure, develop irrefutable arguments, offer immediate solutions to problems, add value to products, maximize results and overcome objections.

[Compre agora e leia](#)

Literare Books
INTERNATIONAL
classici - saggi - romanzi - poesie

O SEGREDO DA PROSPERIDADE JUDAICA

DOR LEON ATTAR

O segredo da prosperidade judaica

Attar, Dor Leon

9788594551443

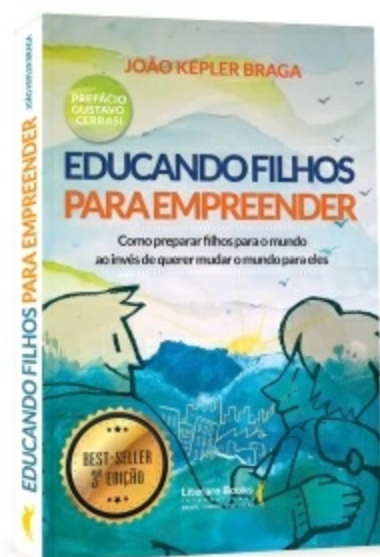
130 páginas

[Compre agora e leia](#)

São três os pilares que formam o triângulo da prosperidade: equilíbrio emocional e físico, equilíbrio e liberdade financeira e viver o seu propósito na vida. Assim como em um triângulo equilátero, cada um dos pilares possui o mesmo peso e precisa ser trabalhado igualmente para gerar os resultados esperados. Dessa forma, a proposta do livro O segredo da prosperidade judaica, do Rabino Dor Leon Attar, não se apresenta como um manual com fórmulas prontas para o sucesso, mas convida a uma introspecção e análise pessoal como forma de obter melhores resultados no futuro. Durante a obra, o R. Dor Leon explica como obter o tão sonhado equilíbrio na vida. Além disso, desmistifica algumas crenças sobre a riqueza judaica, falando sobre como administrar o dinheiro estrategicamente de forma a sempre prosperar, deixando claro que para alcançar tal objetivo é preciso persistência e muito trabalho. Além disso, por trás da questão financeira há uma questão do ser. Entender seus propósitos, ser grato, saber perdoar e ser uma boa pessoa são assuntos explorados pelo autor. "Entenda que somos 'cocriadores' da nossa realidade. A forma que seremos, e para quem nos transformarmos, está em nossas mãos", declara R. Dor Leon Attar. Os assuntos trabalhados na obra estão relacionados ao conceito de qualidade da mentalidade

(QM) – fator determinante para alcançar a prosperidade, proporcionando o entendimento e o enfrentamento dos problemas diários. O leitor aprenderá como elevar a sua QM e isso mudará diversos aspectos de sua vida. Por fim, é necessário rever os conceitos sobre riqueza e caminhar em direção ao seu interior, buscando entender suas emoções e traumas, para que seja possível compreender sua situação atual e mudá-la. "Como podemos amar ao próximo como a nós mesmos, se não nos amamos como devemos?", questiona o autor que propõe o autoconhecimento como chave para a transformação.

[Compre agora e leia](#)



Educando filhos para empreender

Kepler, João

9788594550675

200 páginas

[Compre agora e leia](#)

Antes mesmo do nascimento de um filho os pais (inevitavelmente) fazem planos, idealizam a relação, sonham com o futuro dos pequenos e na grande maioria das vezes acabam protegendo demais as crianças que se perdem quando precisam seguir seus próprios caminhos. No fundo o que todo pai realmente quer é que seu filho seja feliz e isso significa que nem sempre ele irá seguir seus passos ou fazer as mesmas escolhas que os pais. Não entenda essa obra como um simples manual, afinal, não existem regras e receitas prontas quando se trata de educar os filhos. O que você leitor irá encontrar são exemplos práticos que resultaram de erros e acertos de um pai que acredita e explica porque as crianças devem adotar desde cedo um estilo de vida empreendedor. Chamo de estilo de vida porque empreender não se limita a realizações de ações profissionais, mas um verdadeiro empreendedor é ousado, consciente, curioso, disposto e convicto do seu papel na sociedade. E se seu filho (ainda) não apresenta tais características, não se preocupe. A boa notícia é que assim como quase tudo na vida, com boa orientação e direcionamento ele pode se tornar um autêntico empreendedor. Aliás, é justamente este o papel dos pais- indicar os melhores caminhos e dar condições reais para que os filhos façam

suas próprias escolhas. Está na hora de furar a bolha da superproteção e começar a enxergar seu filho com outros olhos, respeitando seus limites, suas escolhas e seus erros.

[Compre agora e leia](#)

Ana Artigas

INTELIGÊNCIA RELACIONAL

AS 6 HABILIDADES PARA REVOLUCIONAR SEUS
RELACIONAMENTOS NA VIDA E NOS NEGÓCIOS

Prefácio
JOSÉ LUIZ TEJON



Literare Books
INTERNATIONAL
desenvolvendo o potencial humano
www.literarebooks.com.br

Inteligência relacional

Artigas, Ana

9788594550699

357 páginas

[Compre agora e leia](#)

Como você se sentiria se seus maiores problemas de relacionamento fossem resolvidos? Você sabia que saber se relacionar é um tipo de inteligência e apesar de algumas pessoas fazerem isso com certa naturalidade, ela pode ser desenvolvida e você pode se tornar um expert nisso? Descubra como utilizar a inteligência, a autogestão e o autoconhecimento a seu favor para fazer mais negócios, aumentar sua produtividade, ter mais clientes ou simplesmente ser mais feliz. Somos seres relacionais e passamos o tempo todo trocando informações, aprendendo, influenciando e sendo influenciado pelas pessoas. Com mais de 25 anos de experiência em avaliação de potencial e desenvolvimento de pessoas, somada a muitos anos de pesquisa, entendi que a melhor chance de sermos felizes vem do modo inteligente pelo qual nos relacionamos. A inteligência relacional nos conecta ao mundo através das pessoas. É a habilidade de nos relacionarmos de forma positiva com os outros, fazendo boas escolhas e buscando conexões que tragam cooperação mútua e energia positiva. Este livro vai revolucionar seus relacionamentos, mudar sua vida e sua forma de fazer negócios para sempre.

[Compre agora e leia](#)

Alberto Júnior

VENDEDOR

Você
é um vendedor?
Sério?

C.O.U.G.A.T.I.
C.O.U.G.A.T.I.
C.O.U.G.A.T.I.

O vendedor mais cobiçado

Sua vida
muda

Você é
a peça
fundamental!

Literare Books
INTERNATIONAL
BRASIL, EUROPA, USA, JAPÃO

PREFÁCIO
RICARDO BELLINO
Gabineteiro e diretor executivo
do Grupo SBT (Sistema Brasileiro
de Televisão)

Vendedor C.O.U.G.A.T.I

Júnior, Alberto

9788594551306

250 páginas

[Compre agora e leia](#)

Neste livro, Alberto Júnior explica o que é um vendedor C.O.U.G.A.T.I. A sigla, criada por ele, designa o profissional de vendas ideal para o mercado. Ele decifra as competências necessárias para ser um vendedor de sucesso, sendo uma delas a organização - saber planejar o tempo de forma estratégica pode colocá-lo em uma posição muito à frente dos seus concorrentes. Em sua carreira, o autor conta com mais de oito mil visitas, 700 vendedores formados, 15 mil treinados e fala com propriedade sobre a importância de acreditar e de conhecer aquilo que se vende - além de compreender o mercado no qual atua. Alberto traz reflexões e exercícios interativos para que o leitor consiga visualizar o perfil de profissional que é no momento e, a partir disso, possa projetar metas futuras. Para ele, o limite existe apenas para ser quebrado e, com isso, incentiva a atualização constante do funcionário que deve buscar estar muito acima da média para poder se destacar.

[Compre agora e leia](#)